

Zeitschrift: Fotointern : digital imaging
Band: 12 (2005)
Heft: 14

Artikel: "Vom Trend zum gedruckten Bild profitieren die Poster"
Autor: Bächler, Piet
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-979348>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 15.10.2024

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

digital imaging Fotointern, 14-tägliches Informationsblatt für Berufsfotografen, den Fotohandel und die Fotoindustrie. Abo-Preis für 20 Ausgaben Fr. 48.–

editorial



Urs Tillmanns
Fotograf, Fachpublizist
und Herausgeber von
Fotointern

Es ist unglaublich! Da organisiert die ISFL zusammen mit dem SWICO ein Marketingforum und zielt mit dem höchst brisanten Thema «Was kann der Handel unternehmen, um erodierende Margen zu kompensieren?» vor allem auf eine Zielgruppe ab: auf den Fotohändler. Gerade etwas mehr als eine Handvoll sind gekommen, wie wenn sie das Thema überhaupt nicht betreffen würde. Dabei muss man den Organisatoren ein Kränzchen winden, denn es war ein Podium voller hochkarätiger Fachleute und Referenten, die mit vielen interessanten Aspekten und Erklärungen aus ihren Bereichen auffuhren. Was die Händler verpasst haben, lesen Sie auf Seite 17. Für mich kam eine der wichtigsten Aussagen von Dieter Erhardt: «Wir müssen zum Bild zurückfinden». Genau so ist es. Nur über das Bild kann der Fotohandel seine Kompetenz beweisen, und wegen dieser Bildkompetenz finden die Kunden immer wieder den Weg ins Fotofachgeschäft. Und wenn man verschiedenen Prognosen glauben will, so wird das Papierbild in den nächsten Jahren wieder stark an Popularität gewinnen. Je mehr wir dafür tun, desto schneller geht es ...

Urs Tillmanns

konica minolta «Vom Trend zum gedruckten Bild profitieren die Poster»



Seit 14 Jahren ist die CBC Imaging Solutions im Large Format Printing zuhause – mit dem Schwerpunkt Grafische Industrie. Den vor 1,5 Jahren gegründeten Fotobereich hat die CBC an Konica Minolta verkauft, der Verantwortliche Piet Bächler sieht im Fotobereich ein enormes Potential und die ideale Ergänzung im Sortiment.

Large Format Printing liegt im Trend, in welchen Gebieten sehen Sie den Einsatz solcher grossformatiger Drucker?

Piet Bächler: Im grafischen Gewerbe, also bei Copy-Shops, Druckereien oder im Zusammen-

hang mit CAD ist das Einsatzgebiet der Drucker riesig, das ist die angestammte Kundenschicht der CBC seit 14 Jahren und wird es auch bleiben. Für diesen Einsatz sind Drucker der Marke HP marktführend, aber auch diverse ande-

re, wie Canon, Epson, Océ. Seit rund vier bis fünf Jahren sind die grossformatigen Drucker auch fähig, fotorealistische Ausdrücke zu machen, wobei heute ein enormer Qualitätsstandard erreicht wurde. CBC hat vor anderthalb Jahren den Fotobereich gegründet, der jetzt von der Konica Minolta übernommen wurde. Das zeigt auch die Zielkundschaft, die so besser erreicht werden kann: Der Fotohandel und die professionellen Fotografen. Konica Minolta wird sich dabei auf die in diesem Bereich führende Marke konzentrieren: Epson. Andere Anbieter wie Canon und HP haben zwar auch neue Geräte auf dem Markt gebracht, diese aber in anderen Bereichen positioniert. Epson-Drucker dank Innovationen im Graustufenbereich überzeugen unsere professionellen Kunden. **Können Sie die Einsatzmöglichkeiten bei diesen Betrieben präzisieren?**

Prinzipiell sind es hier auch wieder zwei Haupteinsatzgebiete:

Fortsetzung auf Seite 3

inhalt

Large Format: grosses Printing

Seite 6

filme, teil 2

Die ergänzende Marktübersicht über alle im Schweizer Markt erhältlichen Farbnegativfilme.

Seite 10

olympiade

olympus ist für Weihnachten gerüstet – mit einem gut sortierten Paket Kameras.

Seite 16

distributor

Actebis ist mit über 50 Marken einer der grössten Distributoren der Schweiz.

Seite 18

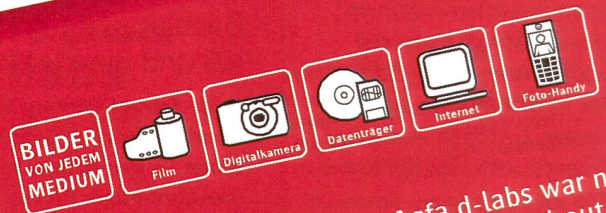
Starten Sie jetzt in Ihre Zukunft. Mit dem neuen d-lab.1s starter.

Schon ab
Fr. 1'900.-
monatliche Rate*

*abhängig von Gerätekonfiguration
und Leasing-Konditionen.

Einfache Bedienung bei hoher Bildqualität und Produktvielfalt.

- Geringe Stellfläche von 1,3 m²
- Ausgezeichnete Bildqualität und höchste Erstkopierraten dank des AgfaPhoto-eigenen Bildverbesserungs-Systems d-TFS
- Aufrüstbar je nach künftig benötigter Printkapazität
- Volldigitale Verarbeitung inkl. automatische CD-Produktion ab Film und Daten
- Vorbereitet für Bildproduktion via Internet



Der Einstieg in die Welt der Agfa d-labs war noch
nie so preiswert. Vereinbaren Sie noch heute
einen Termin mit Ihrem AgfaPhoto-Fachberater!
Tel. 044 823 72 24

 **AGFAPHOTO**

Fortsetzung von Seite 1

Im Fotofachgeschäft für den Ausdruck von Kundenbildern. Der Amateur bringt seine Bilder, die dank der hochauflösenden Digitalkameras immer besser werden, und die Bilder werden in kürzester Zeit grossformatig ausgedruckt. Der Kunde ist sich durch die digitale Fotografie gewöhnt, sofort die Resultate zu sehen, genau das erwartet er auch bei den Ausdrucken. Darin liegt eine grosse Zukunft für die Fotofachgeschäfte: sofortige Verfügbarkeit der Prints.

Die zweite Einsatzmöglichkeit ist für die professionellen Porträtstudios und Hochzeitsfotografen, wobei diese ja sehr oft zusammen mit einem Fotofachgeschäft sind, also ein doppelter Nutzen besteht. Bei der Hochzeitsfotografie geht der Trend zu immer grösseren Alben mit seitenfüllenden Bildern, 20 x 30 oder sogar 30 x 40 cm.

Wie beurteilen Sie die Qualität im Vergleich zu klassischen Silberhalogenid-Fotoabzügen?

Es ist ja auch Schwarzweiss wieder sehr stark in Mode bei den Porträts – und da wird selbst ein Profi kaum mehr einen Unterschied zu einem klassischen Abzug feststellen können. Hauptsächlich wird Papier verwendet, das mit einer Grammatur von 250 bis 280 g/m² haptisch dem klassischen Fotopapier gleichkommt. Auch bezüglich Haltbarkeit und Wisch- bzw. sogar Wasserfestigkeit setzen die Ausdrücke Massstäbe: 75 Jahre für Farbprints und 100 Jahre für Schwarzweissprints werden von führenden Testinstituten bestätigt. Dies ist im Vergleich zum professionellen Silberhalogenid-Abzug gleichwertig.

Kann ein Grossformatdrucker beim Fotohändler sogar ein Minilab ersetzen?

Nein, keinesfalls. Jedes Gerät für den richtigen Einsatzzweck. Auch wenn es möglich ist, qualitativ hochstehende Ausdrücke im Format 10 x 15 cm mit idealer Papierausnutzung auf einem LFP zu erstellen, der Aufwand zum nachträglichen Schneiden wäre zu gross. Es gibt zwar entsprechende Schneidemaschinen, die

solche Prints handeln können, diese sind aber sehr teuer. Bezüglich Geschwindigkeit, Einfachheit und damit verbundener höchster Qualität ist das Minilab unerreicht. Sogesehen ergänzen wir wiederum ideal das Angebot von Konica Minolta Schweiz.



«Bezüglich Geschwindigkeit, Einfachheit und höchster Qualität sind die Minilabs von Konica Minolta unerreicht – Grossformatdrucker sind eine optimale Ergänzung.»

Piet Bächler, Verkauf Imaging

Gibt es Trends bezüglich der Druckmedien?

Nebst den erwähnten Fotopapieren sind vor allem auch die Fine Art Papiere im Profibereich sehr geschätzt. Dazu gehören Büttenspapiere, die es mit unterschiedlichen Oberflächen – strukturiert, texturiert, fein oder glatt – gibt. Ein neuer Trend ist auch Leinen als Basis, was sehr schöne Ausdrücke für Porträts und vor allem Landschaftsbilder gibt. Das Leinen wird nachher auf einen Keilrahmen aufgezogen, gegenüber der früheren Belichtungsmethode ist das Handling viel einfacher geworden.

Wie sind die Kosten für die verschiedenen Ausdrücke?

Ohne die Amortisation des Druckers mit hineinzurechnen, aber mit Papier, Ausschuss und Tinte, liegen die Kosten für ein 250 g/m² Fotopapier bei 16.– Franken pro Quadratmeter – für den Posterausdruck also sehr interessant. Die höherwertigen Fine Art und Leinenmedien sind rund dreimal teurer pro Quadratmeter, was aber immer noch eine sehr interessante Marge ergibt.

Gibt es auch Möglichkeiten mit günstigeren Papieren?

Gerade da sehen wir für den Fotofachhändler ein zusätzliches Potential: Werbung. Sowohl für die Eigenwerbung, seien es Flyer, Plakate, Strassenaufsteller etc., aber auch für lokale Gewerbebetriebe kann der Fotofachhändler Druckaufträge übernehmen, die er oft noch mit einem Fotoauftrag verbinden kann. Dann nimmt er

ein günstigeres, aber immer noch wasserfestes Plakatpapier mit 90 g/m² für rund 6.– Franken pro Quadratmeter und kann so kostengünstig produzieren. Er füllt damit eine Lücke, die weder Druckereien noch Copyshops wahrnehmen können. Bei der

Eigenwerbung erreicht er durch häufigeres Neugestalten des Schaufensters einen höheren Beachtungsgrad.

Wieviele Fotofachgeschäfte machen das bereits in der Schweiz?

Wir sehen gemäss eigenen Marktanalysen ein Potential von rund 500 bis 600 Geschäften in der Schweiz, wovon erst rund ein Viertel bis maximal ein Drittel bereits im Large Format Printing tätig ist. Man muss sich nicht nur einen grossformatigen Drucker mit Rolle vorstellen, gerade für die Hochzeitsalben und Porträts bietet auch ein Mediumformat-



«Erst rund ein Viertel der Schweizer Fotofachgeschäfte haben Grossformatdrucker – ein enormes Potential für Poster, Hochzeitsalben und Werbung.»

Piet Bächler, Verkauf Imaging

Drucker wie der Epson 4800 mit einer Druckgrösse bis 40 x 60 cm sehr gute Möglichkeiten. Dank Blattwareneinzug können beispielsweise auch A4 oder A5 Blätter zu mehrfachem Nutzen bedruckt werden, also ideal für die Alumbilder.

Wieviel Peripherie braucht es zum Drucker?

Wir bieten komplette Lösungen. Den Drucker könnte sich der Kunde ja irgendwo kaufen, aber mit unserer Beratung, wobei wir den Einsatzzweck berücksichtigen,

bekommt er eine massgeschneiderte Lösung. Beispielsweise ist eine RIP-Software für die Druckersteuerung zu empfehlen. Während der Druckertreiber des Computers die Bilder nicht – bzw. nur mit grossem Aufwand in der Bildbearbeitungssoftware – mit optimaler Ausnutzung zu Papier bringt und keine Profile beim Druck miteinbezieht, kann dies mit dem RIP einfach und vor allem effizient erledigt werden. Ausserdem kann der Druckertreiber nur RGB-Daten verarbeiten, die Umwandlung in CMYK passiert dann «unkontrolliert» irgendwo im Drucker, während ein RIP nach den eingegebenen Parametern optimal die Druckfarben direkt steuert. Wir haben RIPs für jeden Einsatz: Das Foto-raster-RIP, das gerasterte Bilder verarbeitet, das Foto RIP Pro, das auch Post Script fähig ist, also Schriften einbettet und das Ilford Studio RIP, das perfekte Bilder für den Studio-Porträtfotografen liefert. Zugegebenermassen liefern die Druckertreiber heutzutage hervorragende Resultate, aber eben, das Handling ist mit dem RIP besser.

Den Computer hat der Kunde meistens bereits, was wir machen ist die Installation, einen halben Tag Schulung und nach

zwei bis drei Wochen nochmals Schulung für offene Fragen.

Sind Inkjetprints empfindlich auf Kratzer, empfehlen Sie, die Ausdrücke zu laminieren?

Laminieren ist eine gute Methode die Haltbarkeit eines Prints zu verlängern, allerdings würde ich das genau wie früher mit den ausbelichteten Fotos handhaben: Nur was regelmässig angefasst wird, also auch Alben, sollte man laminieren. Wir arbeiten für diese Geräte mit zwei Partnerfirmen zusammen.